Domingo 5
de enero
de 1997
Año 7 - N° 349

CASH

Suplemento económico de
Página/12

La Economía de 1997
POCO PARA LA GENTE
Por Claudio Lozano
Enfoque, página 8

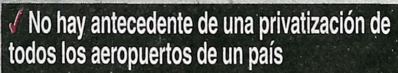
¿Subirá la tasa internacional?
LA CITY TIENE MIEDO
Por Alfredo Zaiat
El Buen Inversor, página 6



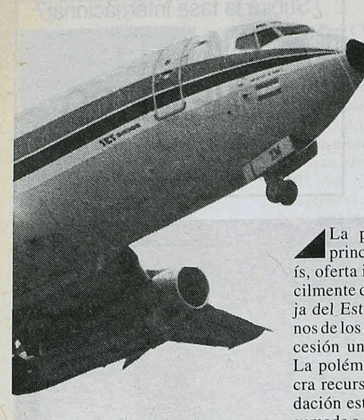
INFORME ESPECIAL

La controvertida privatización de aeropuertos

LA CAJA NEGRA



- No hay antecedente de una privatización de todos los aeropuertos de un país
- Se concesionarán las 59 estaciones más importantes
- Los intereses del empresario Alfredo Yabrán
- El Estado factura unos 350 millones de pesos anuales por concesiones, tasas y cánones
- Se necesitan inversiones por 1600 millones de dólares
- Están interesados en este negocio el financista George Soros, Siemens, Betchel, Impregilo, Soldati y Bulgheroni





Tony Valdez

La privatización de los 59 principales aeropuertos del país, oferta inédita en el mundo, difícilmente dejará algún rédito a la caja del Estado. Pero pondrá en manos de los adjudicatarios de esa concesión un negocio muy atractivo. La polémica privatización involucra recursos millonarios: la recaudación estatal por tasas y cánones, sumada a la facturación de las principales concesiones, involucra más de 350 millones de pesos. Monto que, según aseguran las consultoras contratadas para llevar adelante esta operación podría aumentarse rápidamente en caso de mejorar la explotación comercial de las estaciones aéreas. Este proceso significará también poner en marcha un plan de inversiones públicas y privadas por más de 1600 millones de dólares en veinte años. Y, además, con la posibilidad de abrir las puertas a una serie de otras actividades rentables, como el aprovechamiento inmobiliario de los terrenos anexos. El financista George Soros, la alemana Siemens, la norteamericana Betchel, la italiana Impregilo, Soldati y Bulgheroni se anotaron en esta carrera por los aeropuertos.

Los negocios ligados a la actividad aeroportuaria están en franca expansión. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos, en los diez primeros meses de 1996 la cantidad de pasajeros en vuelos de cabotaje e internacionales se incrementó un 13,5 por ciento respecto al mismo período del año anterior, mientras que las cargas treparon más de un 20.

La Fuerza Aérea –a través del Comando de Regiones Aéreas, que regula la actividad– recauda en la actualidad cerca de 140 millones anuales por tasas y cánones, suma insuficiente para cubrir todos los gastos que insume operar el sistema: éste acusa un déficit superior a los 64 millones.

Pero el cuadro de ingresos y gastos del Sistema Nacional de Aeropuertos está absolutamente desbalanceado. Sólo el aeroparque metropolitano y el internacional de Ezeiza son rentables: concentran el 58% de los movimientos y generan el 79% de los ingresos totales. Del resto, sólo las estaciones de Córdoba y la de Bariloche tienen un saldo equilibrado al final del año (pierden en una temporada y ganan en la otra). Por esta razón, y con el objetivo de captar algún interesado, es que el Gobierno concibió la idea de privatizar las estaciones en bloque (uno o varios), combinando las pocas rentables con las que no lo son.

Las principales prestaciones de los aeropuertos hoy están en manos de empresas privadas o mixtas, tal el caso de las explotación de los depósitos fiscales y el free shop, a cargo de sociedades que la Fuerza Aérea conformó con Villalonga Furlong. Según los últimos datos disponibles, Edcadassa, operadora exclusiva del almacenamiento de mercadería en Ezeiza, Aeroparque, Mar del Plata y Córdoba, factura algo más de 60 millones de dólares por año, en tanto que Interbaires (*duty free*) recauda alrededor de 85 millones. La re-

Tony Valdez

Cuando el gobierno de Carlos Menem concibió la idea de privatizar el conjunto de aeropuertos del país, se embarcó en un proyecto inédito. Sobran ejemplos, especialmente en el mundo occidental y desarrollado, de empresas privadas que operan técnicamente, administran o explotan comercialmente estaciones aéreas. Pero no hay registro de otro país que haya concesionado en bloque todo su sistema aeroportuario. Quizás uno de los justificativos a esta decisión sea que, de ofrecer individualmente cada estación, difícilmente habría interesados para alguna otra que no fueran Ezeiza o Aeroparque. En el mejor de los casos, el aeropuerto cordobés de Pajas Blancas (solo o como cabecera de un grupo reducido) podría atraer a Arcor o a Roggio, empresas a las que el ex gobernador Eduardo Angeloz quiso tentar hace un par de años.

CLAVES DEL PROYECTO

✓ El Senado autorizó concesionar por treinta y cinco años 59 aeropuertos del país. Aún no está definido si se ofrecerán en un único bloque, en dos o en tres, como sugirieron diputados oficialistas.

✓ El adjudicatario cobrará tasas por el uso de los aeropuertos, ya que será el encargado de administrarlos. A esto podría sumar la explotación comercial directa de negocios conexos o algún canon por la concesión de los mismos. Esta alternativa tal vez se defina en los pliegos de la concesión.

✓ El concesionario tendrá que pagar un canon aún no precisado. Los primeros cálculos oficiales estimaban que el Estado recaudaría 294 millones en 25 años.

✓ La Fuerza Aérea continuará a cargo del control técnico y tendrá la obligación de reequiparse para ejercerlo. Este compromiso entraña desembolsar más de 800 millones de dólares, incluida la proyectada renovación de radares.

✓ Las previsiones originales del Gobierno contemplaban poner en marcha un plan de inversiones de 1600 millones en 25 años, 1200 a cargo de los concesionarios.

✓ Existirá un órgano regulador del sistema, a crearse en el ámbito del Poder Ejecutivo. Nada impide –en virtud de un retoque de los senadores– que puedan integrarlo personas ligadas a la actividad aeroportuaria hasta el momento de su designación.

LOS NEGOCIOS

✓ *Rampas*: La principal prestadora es Intercargo, sociedad que la Fuerza Aérea conformó en 1990 con Villalonga Furlong (sindicada como del grupo Yabrán), y reestatizada en 1994.

✓ *Depósitos fiscales:* En Ezeiza, Aeroparque, Córdoba y Mar del Plata el acarreo y almacenamiento de mercadería está exclusivamente a cargo de Edcadassa, otra de las sociedades que Fuerza Aérea formó con Villalonga para explotar este privilegio hasta después del 2000.

✓ *Free shop:* La explotación de tiendas libres de impuestos está concesionada a Interbaires hasta después del 2000.

✓ *Estacionamiento*: Concesionado a Caritas, organización de la Iglesia Católica. Esta, a su vez, subcontrata la administración de las playas a una empresa que, al igual que Villalonga, está sindicada como del grupo de Alfredo Yabrán.

✓ *Publicidad visual*: explotada por el Estado.

V *Concesión de locales comerciales como kioscos, bares y restaurantes.*

✓ *Servicios de seguridad y limpieza:* Intercargo, por ejemplo, contrató estas prestaciones a Orgamer, firma ligada a Villalonga.

✓ *Empaquetado de mercadería:* Servicio independiente, complementario al que prestan las aerolíneas para despachar cargas.

✓ *Traslado regular de pasajeros :* Desde y hacia los aeropuertos.

✓ *Cocinas de vuelo:* El principal prestador es Buenos Aires Cattering.

Tasas aeroportuarias previstas en el marco regulatorio para privatizar, con media sanción del Senado –se pueden establecer otras en el futuro– :

tasa de aterrizaje;
tasa de uso de aeroestación;
tasa de estacionamiento de aeronaves;
tasa de fiscalización y control por parte del Organismo Regulador del Sistema Nacional de Aeropuertos;
tasa de apoyo de aterrizaje;
tasa de seguridad;
tasa de búsqueda, asistencia y salvamento;
tasa de extinción de incendio.

RADIOGRAFIA DEL SISTEMA

✓ En el país existen 360 estaciones aéreas, entre aeropuertos y pistas menores. La mayoría está administrada por el Estado nacional, pero algunas son de jurisdicción de los municipios y provincias (ej: Catamarca, Corrientes, La Plata, Santa Fe, Zapala, Jujuy).

✓ De las 59 estaciones aéreas que planean privatizarse –integrantes del Sistema Nacional de Aeropuertos– sólo 31 concentran el 98 por ciento del tráfico de pasajeros y cargas. Ezeiza y Aeroparque captan el 58% de este movimiento y generan casi el 80 por ciento de los ingresos totales que percibe hoy el Estado (entre tasas y cánones).

✓ Sólo Ezeiza y Aeroparque son rentables, en tanto que los aeropuertos de Córdoba y el de Bariloche tienen un saldo anual equilibrado (resultan deficitarios en una temporada y superavitarios en otra). El resto de las estaciones son deficitarias.

✓ La inversión histórica anual del Sistema oscila entre 10 y 15 millones. Para actualizar su infraestructura a los niveles mínimos exigidos internacionalmente, los 59 aeropuertos a privatizar demandan 256 millones.

✓ Aeroparque es el único que tiene problemas para enfrentar el crecimiento de la demanda. El flujo de pasajeros anuales junto al internacional, Ministro Pistarini, subirá de 8 a 18,1 millones en el año 2010, según la consultora Airways Engeneering.

✓ El Sistema Nacional de Aeropuertos, administrado por el Estado, arroja un déficit anual de 63 millones. Las fuentes de ingresos son las tasas que se cobran a pasajeros y aerolíneas. En tanto que la principal erogación corresponde a salarios (95 millones).

✓ Los servicios comercialmente más atractivos están en manos de concesionarios privados o empresas mixtas, que pagan al Estado cánones internacionalmente bajos. Las prestadoras más relevantes son Edcadassa (sociedad de la Fuerza Aérea con Villalonga Furlong), que explota los depósitos fiscales desde 1990, e Interbaires, a cargo del *free shop.*

✓ Según la consultora Airways Engeneering, el Sistema Nacional de Aeropuertos está explotado sólo en el 50% de su capacidad comercial.

✓ La mayoría de los cánones o tarifas son fijados ad-hoc, ya que no existe un procedimiento previsto para calcularlos.



Tony Valdez

PRIVATIZACIONES

estatizada Intercargo (rampas) embolsa cerca de 70 millones.

Sin embargo, estos prósperos negocios no lo son tanto como podrían ni para el prestador del servicio, ni para el Estado, que cobra por ellos un canon fijo desde comienzo de las concesiones.

Según destaca Airways Engeneering, la consultora contratada por el Gobierno para analizar el sistema, Edcadassa paga una tasa anual de 14,4 millones, equivalente a 84 dólares la tonelada, modesta ya que en el resto del mundo esta contribución al fisco está en el orden de los 100 dólares. Interbaires, en tanto, abona 6 millones, equivalente a un 7 por ciento de sus ingresos, cuando en otros países este canon oscila entre el 49% (Gran Bretaña) y el 15% (en algunas estaciones de Estados Unidos). Es más: los consultores subrayan que, "mejorando el surtido de productos, la disposición de los comercios, y los métodos de distribución y ventas", el free shop podría incrementar su facturación nada menos que un 30 por ciento.

La nómina de prestaciones adicionales también incluye otras como el servicio de "cocinas de vuelo" (cattering), la publicidad visual, servicios regulares de pasajeros y estacionamiento. Pero el listado podría extenderse ampliamente si se concretaran algunas ideas barajadas en Jefatura de Gabinete, como la de tarifar el uso de carritos para trasladar el equipaje o las gavetas maleteras, o la de habilitar la explotación inmobiliaria de los terrenos aledaños a las estaciones. Betchel, la corporación que preside el ex secretario de Estado George Shultz y que hoy está entre los interesados, a mediados del '94 elevó al gobierno argentino una propuesta para unificar Aeroparque y Ezeiza en este último predio, levantando en esa estación un complejo comercial anexo con grandes hoteles, centro de convenciones y de transporte terrestre.

NADA PARA EL ESTADO

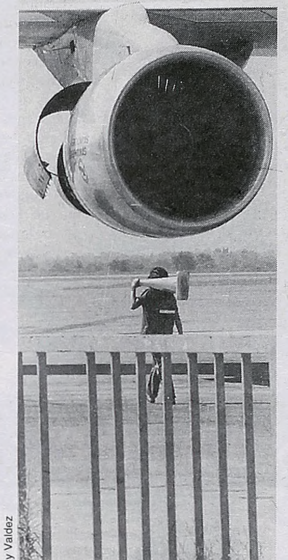
El proyecto con media sanción del Senado extendió a más de 35 años el período de concesión de los aeropuertos que el Gobierno había calculado originalmente en 25. Pero todavía faltan definir cuestiones sustanciales sobre cómo el gobierno privatizará los aeropuertos del país.

El Congreso deberá resolver si se licitará en un único bloque, en dos o en tres. La Unión de Bancos Suizos, encargada de redactar los pliegos, tiene que precisar, entre otras cuestiones, el monto del canon y de las inversiones obligatorias. Y el Ejecutivo resolver si mantiene los servicios concesionados o si los rescata (para ofrecérselos a los potenciales oferentes) y a qué costo hace esta operación.

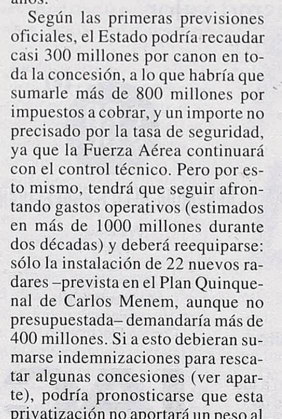
El principal argumento oficial para sostener esta privatización –por su modalidad, inédita en el mundo– es que el Estado no puede afrontar las inversiones necesarias. Según estimó Airways, sólo para ajustar las estaciones a los estándares internacionales mínimos es necesario desembolsar 256 millones. Pero para adecuar los aeropuertos a una mayor demanda y mantenerlos en condiciones, esta cifra trepa a 800 millones en trece años y puede superar los 1600 al cabo de dos décadas. El esfuerzo, sin embargo, estaría repartido: alrededor de 1200 debería desembolsar el concesionario, en tanto que 400 saldrían de los bolsillos de la Fuerza Aérea.

Ezeiza y Aeroparque, las perlas del sistema, que seducen más oferentes, son también las que demandan mayores inversiones. Nada menos que 250 millones la primera y 91 la segunda durante veinticinco años.

Según las primeras previsiones oficiales, el Estado podría recaudar casi 300 millones por canon en toda la concesión, a lo que habría que sumarle más de 800 millones por impuestos a cobrar, y un importe no precisado por la tasa de seguridad, ya que la Fuerza Aérea continuará con el control técnico. Pero por esto mismo, tendrá que seguir afrontando gastos operativos (estimados en más de 1000 millones durante dos décadas) y deberá reequiparse: sólo la instalación de 22 nuevos radares –prevista en el Plan Quinquenal de Carlos Menem, aunque no presupuestada– demandaría más de 400 millones. Si a esto debieran sumarse indemnizaciones para rescatar algunas concesiones (ver aparte), podría pronosticarse que esta privatización no aportará un peso al Tesoro.


Tony Valdez


Producción Cledis Candelaresi



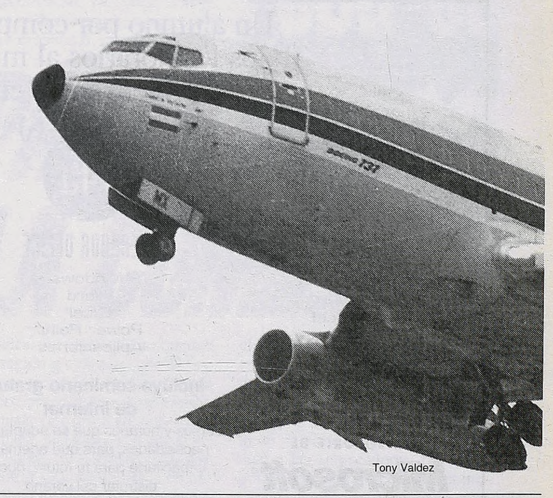
Yabrán tiene la llave

¿Cuál será el rédito o costo que tendrá el Estado por privatizar los aeropuertos? ¿Cuál será el negocio de los futuros operadores privados? Las respuestas a estos interrogantes dependerán, en gran medida, del futuro que tengan dos contratos celebrados con Villalonga Furlong, empresa sindicada como del grupo de Alfredo Yabrán, para la prestación de servicios esenciales.

Si el Gobierno concesiona las estaciones aéreas sin la posibilidad de explotar los depósitos fiscales, a cargo de Edcadassa, ni el *free shop*, en manos de Interbaires –dos sociedades que la Fuerza Aérea conformó con aquella prestadora postal–, disminuirá sustancialmente el interés de los potenciales oferentes y el canon a cobrar. Si, por el contrario, rescinde anticipadamente los contratos de concesión, el Estado debería indemnizar a su socia.

En virtud de una serie de modificaciones legales dispuestas por el Gobierno a posteriori de los contratos de concesión (Edcadassa se constituyó en 1989, durante la gestión radical, e Interbaires en 1990, durante la menemista) el concesionario privado estaría en condiciones de exigir una indemnización multimillonaria que, sólo en el caso de los depósitos fiscales, podría alcanzar hasta 600 millones.

El Estado ya tiene como antecedente la experiencia de haber reestatizado el paquete accionario que Villalonga (actuando bajo el nombre de Inversiones y Servicios) poseía en Intercargo, encargada de la atención de los aeronaves en tierra (rampas). Después de acordar una indemnización de casi 40 millones, muy superior al valor de los activos, Economía descubrió que recibía la empresa con contratos para limpieza y seguridad excesivamente onerosos, y recientemente renovados: los que había celebrado con Orgamer, otra firma del grupo Yabrán. Entonces se abrió un pleito en la Justicia, que aún está pendiente.



Tony Valdez

DESOCUPACION O CARCEL

Por Jorge Schvarzer

FALACIAS ECONOMICAS

La desocupación genera procesos viciosos en el sistema social. Uno de ellos es el que va de la falta de empleo a la carencia de ingresos que, a su vez, crea una intensa compulsión para obtener algo de dinero, aunque sea a través de actitudes al margen de la ley; cuando la respuesta policial es efectiva, dicho delincuente resulta castigado. El desocupado deja de serlo a medida que se transforma en preso; su cambio de *status* mejora los resultados de las estadísticas de desempleo.

Este fenómeno sólo tiene importancia en la medida en que alcanza niveles masivos, lo que parecería estar ocurriendo ya en los Estados Unidos. Allí, la población carcelaria ya suma un millón y medio de personas; como idea, los presos en aquel país equivalen a todos los habitantes combinados de las ciudades de Córdoba y Rosario en la Argentina. Se sabe que esos presos son personas pobres o de grupos marginales; las cárceles contienen una abrumadora mayoría de negros, por ejemplo. De modo que el bajo desempleo en el Gran País del Norte puede explicarse en parte por la prisión masiva de sus ciudadanos. Un experto de Harvard explica que las cárceles cumplen funciones "semejantes" a los subsidios a los desempleados en Europa: ambos contribuyen a alimentar a grupos afectados por la falta de trabajo.

No se trata sólo de los presos. Su existencia supone una gran demanda de abogados y jueces, guardianes, asistentes sociales, proveedores de alimentos y hasta los constructores de nuevas cárceles, que aumentan la ocupación global. En otras palabras, si en Estados Unidos no hubiera presos, el índice de desocupación saltaría inmediatamente dos puntos hacia arriba.

Hay datos insólitos para los no iniciados. Los norteamericanos adultos "bajo control judicial" llegaban a 4,6 millones en 1993, superando el número de "gente en busca de empleo", que sumaba 4,2 millones de acuerdo con las estadísticas.

Algunos de nuestros funcionarios señalan los problemas de medición del desempleo en Estados Unidos como argumento para "justificar" los datos locales. Otros, más pragmáticos, proponen construir más cárceles para contener a los delincuentes impulsados por la pobreza que genera el desempleo. *De te fabula narratur.*



COLE

(Por Claudio Zlotnik y David Cufré) Si hasta ahora los 250 colectivos decorados con multicolores avisos aparecían como una novedad visual, y hasta artística, de la ciudad, durante el próximo trimestre el fenómeno promete convertirse en un verdadero impacto para los habitantes de Buenos Aires. Dentro de 90 días, uno de cada ocho colectivos que circulan entre la Capital y el Gran Buenos Aires dejará su exclusiva misión de trasladar gente para convertirse además en un medio publicitario. Pero, en un año, la proporción se elevará a uno de cada cinco, según prevén las dos empresas que manejan ese negocio. Si se llegara a esa cantidad de dos mil unidades, la publicidad gigantográfica en colectivos facturaría entre 36 y 43 millones de pesos en 1997, tomando en cuenta la tarifa base de entre 1500 y 1800 pesos por mes que el anunciante paga por cada unidad. A eso hay que sumar otros 3 millones como costo de la producción de las imágenes que van pegadas a las carrocerías (1500 pesos cada una), y que el anunciante abona una sola vez. Si bien esta facturación se ubicaría lejos del los 215 millones anuales que mueve la publicidad en la vía pública, Marko Holjevak, el director del Consorcio Internacional de Publicidad, formado por la fábrica de carrocerías El Detalle y la productora de imágenes Power Print, estimó ante **Cash** que, hacia el año 2000, este mercado recaudará 180 millones, y más del doble cuando haga pie en el resto del país, de acá a seis años.

El otro consorcio que maneja el negocio de las calcomanías gigantes en colectivos es Stick, que antes de ingresar a esa actividad, se dedicó a la industria gráfica publicitaria. Para ingresar a este mercado, hace un año y medio, se asoció como operador al grupo Trainmet (ligado a las

DESOCUPACION O CARCEL

Por Jorge Schvarzer

FALACIAS ECONOMICAS

La desocupación genera procesos viciosos en el sistema social. Uno de ellos es el que va de la falta de empleo a la carencia de ingresos que, a su vez, crea una intensa compulsión para obtener algo de dinero, aunque sea a través de actitudes al margen de la ley; cuando la respuesta policial es efectiva, dicho delincuente resulta castigado. El desocupado deja de serlo a medida que se transforma en preso; su cambio de *status* mejora los resultados de las estadísticas de desempleo.

Este fenómeno sólo tiene importancia en la medida en que alcanza niveles masivos, lo que parecería estar ocurriendo ya en los Estados Unidos. Allí, la población carcelaria ya suma un millón y medio de personas; como idea, los presos en aquel país equivalen a todos los habitantes combinados de las ciudades de Córdoba y Rosario en la Argentina. Se sabe que esos presos son personas pobres o de grupos marginales; las cárceles contienen una abrumadora mayoría de negros, por ejemplo. De modo que el bajo desempleo en el Gran País del Norte puede explicarse en parte por la prisión masiva de sus ciudadanos. Un experto de Harvard explica que las cárceles cumplen funciones "semejantes" a los subsidios a los desempleados en Europa: ambos contribuyen a alimentar a grupos afectados por la falta de trabajo.

No se trata sólo de los presos. Su existencia supone una gran demanda de abogados y jueces, guardianes, asistentes sociales, proveedores de alimentos y hasta los constructores de nuevas cárceles, que aumentan la ocupación global. En otras palabras, si en Estados Unidos no hubiera presos, el índice de desocupación saltaría inmediatamente dos puntos hacia arriba.

Hay datos insólitos para los no iniciados. Los norteamericanos adultos "bajo control judicial" llegaban a 4,6 millones en 1993, superando el número de "gente en busca de empleo", que sumaba 4,2 millones de acuerdo con las estadísticas.

Algunos de nuestros funcionarios señalan los problemas de medición del desempleo en Estados Unidos como argumento para "justificar" los datos locales. Otros, más pragmáticos, proponen construir más cárceles para contener a los delincuentes impulsados por la pobreza que genera el desempleo. *De te fabula narratur.*

PUBLICIDAD

COLECTIVOS CON CALCOMANIAS

Como si la ciudad de Buenos Aires no estuviera saturada con carteles y afiches, desde mediados del año pasado, los colectivos se han transformado en medios publicitarios. Dos empresas se ocupan de preparar las unidades, con calcomanías gigantes. Las compañías que quieren vestir los colectivos con su aviso deben pagar de 1500 a 1800 pesos por mes por cada unidad.

(Por Claudio Zlotnik y David Cufré) Si hasta ahora los 250 colectivos decorados con multicolores avisos aparecían como una novedad visual, y hasta artística, de la ciudad, durante el próximo trimestre el fenómeno promete convertirse en un verdadero impacto para los habitantes de Buenos Aires. Dentro de 90 días, uno de cada ocho colectivos que circulan entre la Capital y el Gran Buenos Aires dejará su exclusiva misión de trasladar gente para convertirse además en un medio publicitario. Pero, en un año, la proporción se elevará a uno de cada cinco, según prevén las dos empresas que manejan ese negocio. Si se llegara a esa cantidad de dos mil unidades, la publicidad gigantográfica en colectivos facturaría entre 36 y 43 millones de pesos en 1997, tomando en cuenta la tarifa base de entre 1500 y 1800 pesos por mes que el anunciante paga por cada unidad. A eso hay que sumar otros 3 millones como costo de la producción de las imágenes que van pegadas a las carrocerías (1500 pesos cada una), y que el anunciante abona una sola vez. Si bien esta facturación se ubicaría lejos del los 215 millones anuales que mueve la publicidad en la vía pública, Marko Holjevak, el director del Consorcio Internacional de Publicidad, formado por la fábrica de carrocerías El Detalle y la productora de imágenes Power Print, estimó ante **Cash** que, hacia el año 2000, este mercado recaudará 180 millones, y más del doble cuando haga pie en el resto del país, de acá a seis años.

El otro consorcio que maneja el negocio de las calcomanías gigantes en colectivos es Stick, que antes de ingresar a esa actividad, se dedicó a la industria gráfica publicitaria. Para ingresar a este mercado, hace un año y medio, se asoció como operador al grupo Trainmet (ligado a las máquinas expendedoras), al Banco Medefin-UNB y a Colcam (red de concesionarias Mercedes Benz). Stick puso el primer colectivo decorado en julio del año pasado con la marca TyC Sports, cuando una resolución de la Secretaría de Obras y Servicios Públicos autorizó la publicidad exterior en los colectivos. Luego sacaron 100 unidades con Siembra, 40 con Frávega, 30 con Philips, 25 con Pronto Shake y una veintena con Carrefour, la Casa Cuna y Caritas. Según el presidente de esta compañía, pionera y líder en el negocio, Guillermo Salmeron, a diferencia de otros países de Europa o Latinoamérica, "en la Argentina se marcan pautas publicitarias en colectivos permanentemente, tal como se hace para la radio o la televisión, pero en otros lugares a este medio se lo toma en cuenta sólo para promocionar algún evento determinado".

Para arrancar 1997, Power Bus, la marca de Power Print/El Detalle, firmó un precontrato con 32 líneas de colectivos que, en conjunto, recorren gran parte de la Capital y tocan puntos densamente habitados del Gran Buenos Aires. A estas líneas, el consorcio les paga un canon de entre 350 y 500 pesos por cada unidad, estén decoradas o no. Ese monto aumentará año tras año, a medida que se sumen otros colectivos. Stick paga un canon de entre el 30 y 40 por ciento del valor que abona el anunciante por cada unidad con calcomanía. Según comentaron los directivos, los anunciantes eligen la línea de acuerdo con los barrios que ésta recorre, o sea, en relación con el target a que desean llegar.

De acuerdo con los cálculos de Power Print/El Detalle, los 30 metros cuadrados del aviso que cubren al colectivo son vistos por 60 mil personas cada día. Sin entrar en cifras, Stick acredita que el impacto de estos mensajes es comparable al de la televisión abierta. Una encuesta elaborada por esta compañía cuando lanzó su primer calcomanía gigante en colectivos revela que casi la mitad de los transeúntes y el 50 por ciento de los automovilistas consultados recordaba el anuncio, en este caso de TyC Sports. El 43 por ciento apuntó que el tamaño de la publicidad fue lo que más los había impactado. El 66 por ciento se mostró de acuerdo con cambiar los colores de los micros por motivos publicitarios. Aunque distinguir al colectivo parado en el semáforo para correr y abordarlo empiece a formar parte del pasado.



Uno de los 250 bondis con su chasis cubierto con una calcomanía gigante.
TyC, Siembra, Frávega, entre otras empresas, eligieron esta forma de publicidad.

Modestos carteles

Además de los dos consorcios que manejan el mercado de la publicidad gigantográfica en colectivos, unas 15 agencias de publicidad están incursionando en este incipiente negocio. Sin embargo, en estos casos las empresas ofrecen a los anunciantes una opción más económica para publicitar. Son los carteles de 3 metros de largo por uno de ancho que en su mayoría van atornillados a la carrocería de las unidades. Por ellos, el anunciante paga una cuota mensual de entre 500 y 600 pesos, de los que la línea de transporte recibe entre 80 y 90. Como el costo de producción e instalación se acerca a los 750 pesos, los contratos para publicitar nunca son inferiores a los tres meses.

En la actualidad, 600 son los colectivos que vende publicidad por esta vía. "Poxilina", "La Salteña", "Lotería Nacional", "Sega Channel", "Acytra" y "La Caja" son algunas de las marcas que adornan los micros en sus laterales y la cuneta. Caso aparte es el de la línea 181. Con los carteles de una fábrica de sandwichs de miga y aspirinas "Benitol", que gestiona sus propios avisos en forma directa con el anunciante evitando la intermediación de la agencia de publicidad.

JUNTAR LOS PEDAZOS

PARAR LA COMILONA

La producción de frutas y hortalizas es un clásico en materia de desencuentros entre los integrantes de una cadena productiva. Mi primer recuerdo de mi abuelo, que tenía una pequeña finca en San Rafael (Mendoza), son sus insultos hacia la envasadora de durazno, que le metía la mula con el descarte y le pagaba cuando quería y sin actualización.

Un sector de producción de artículos perecederos está sometido a una tensión especial, a causa de que si la venta se demora, se puede perder todo, por el simple paso del tiempo. En esa puja de poder, quien tiene el control de la situación es el comprador mayorista, sea una industria o un puesto en un mercado concentrador, porque opera sobre la ansiedad de quien acaba de cosechar y no puede guardar la mercadería.

Montados en esa poderosa palanca, grandes puesteros del viejo Mercado de Abasto se quedaron hace cuarenta años con las mejores chacras de manzana y de pera del valle de Río Negro y se convirtieron en los principales exportadores de fruta del país, primero desde Bahía Blanca y luego desde San Antonio Oeste.

Con la cultura del pez grande que come al chico, construyeron su rentabilidad en épocas de inflación, pagando en valores nominales a lo largo de todo el año a los chacareros. Se generó así una ganancia tan grande que hasta toleró negociar la fruta exportada en condiciones de debilidad respecto del rematador o concesionario de Hamburgo o de Rotterdam. Así, se apretó tanto a los proveedores que se causó el abandono de miles de hectáreas de plantaciones, a las que los nuevos dueños de la región creyeron posible reemplazar con plantaciones propias financiadas con créditos oficiales baratos.

Pero llegó la estabilidad. Se acabó la posibilidad de financiarse exprimiendo a los chacareros. Se hizo visible la otra relación de poder, antes disimulada: la dependencia del comprador extranjero. Casi todos los otrora poderosos han caído en falencia o han vendido. Hoy el sector tiene presencia alemana, americana y chilena creciente. En muchos casos, la fruta va directamente a supermercados europeos o americanos. Las utilidades, sin embargo, no quedan en la región y cualquier pronóstico diría que si nada cambia continuará un fuerte proceso de concentración.

De nada vale llorar sobre la leche derramada, insistiendo en que si los empacadores se hubieran dedicado a construir una marca única de exportación y a ordenar equitativamente la relación con los chacareros –como hicieron nuestros competidores australianos, neocelandeses y sudafricanos– hoy la región sería enormemente más rica. ¿Qué hacer hoy?

Es necesario aplicar una batería de medidas que estimulen la reinserción del pequeño y mediano chacarero. Para eso hay que darle toda la claridad posible a su negocio. Debe tener disponible un modelo de alta productividad (más de 45.000 kg de manzana/hectárea) y financiación acorde. Debe establecerse un modelo de contrato de provisión plurianual a las empacadoras, fijando el precio como un porcentaje del precio en góndola europea. Debe apoyarse de modo efectivo –técnica y financieramente– todo agrupamiento de productores para vender en el mercado interno o externo fruta fresca o industrializada. La política del pez grande ya se aplicó. Y en ella se descubrió que había un pez aún más grande fuera del país. Ahora hay que convivir con él y frenar el festín.

CTIVOS CON CALCOMANIAS

Como si la ciudad de Buenos Aires no estuviera saturada con carteles y afiches, desde mediados del año pasado, los colectivos se han transformado en medios publicitarios. Dos empresas se ocupan de preparar las unidades, con calcomanías gigantes. Las compañías que quieren vestir los colectivos con su aviso deben pagar de 1500 a 1800 pesos por mes por cada unidad.



Uno de los 250 bondis con su chasis cubierto con una calcomanía gigante.
TyC, Siembra, Frávega, entre otras empresas, eligieron esta forma de publicidad.

máquinas expendedoras), al Banco Medefin-UNB y a Colcam (red de concesionarias Mercedes Benz). Stick puso el primer colectivo decorado en julio del año pasado con la marca TyC Sports, cuando una resolución de la Secretaría de Obras y Servicios Públicos autorizó la publicidad exterior en los colectivos. Luego sacaron 100 unidades con Siembra, 40 con Frávega, 30 con Philips, 25 con Pronto Shake y una veintena con Carrefour, la Casa Cuna y Caritas. Según el presidente de esta compañía, pionera y líder en el negocio, Guillermo Salmeron, a diferencia de otros países de Europa o Latinoamérica, "en la Argentina se marcan pautas publicitarias en colectivos permanentemente, tal como se hace para la radio o la televisión, pero en otros lugares a este medio se lo toma en cuenta sólo para promocionar algún evento determinado".

Para arrancar 1997, Power Bus, la marca de Power Print/El Detalle, firmó un precontrato con 32 líneas de colectivos que, en conjunto, recorren gran parte de la Capital y tocan puntos densamente habitados del Gran Buenos Aires. A estas líneas, el consorcio les paga un canon de entre 350 y 500 pesos por cada unidad, estén decoradas o no. Ese monto aumentará año tras año, a medida que se sumen otros colectivos. Stick paga un canon de entre el 30 y 40 por ciento del valor que abona el anunciante por cada unidad con calcomanía. Según comentaron los directivos, los anunciantes eligen la línea de acuerdo con los barrios que ésta recorre, o sea, en relación con el target a que desean llegar.

De acuerdo con los cálculos de Power Print/El Detalle, los 30 metros cuadrados del aviso que cubren al colectivo son vistos por 60 mil personas cada día. Sin entrar en cifras, Stick acredita que el impacto de estos mensajes es comparable al de la televisión abierta. Una encuesta elaborada por esta compañía cuando lanzó su primer calcomanía gigante en colectivos revela que casi la mitad de los transeúntes y el 50 por ciento de los automovilistas consultados recordaba el anuncio, en este caso de TyC Sports. El 43 por ciento apuntó que el tamaño de la publicidad fue lo que más los había impactado. El 66 por ciento se mostró de acuerdo con cambiar los colores de los micros por motivos publicitarios. Aunque distinguir al colectivo parado en el semáforo para correr y abordarlo empiece a formar parte del pasado.

Modestos carteles

Además de los dos consorcios que manejan el mercado de la publicidad gigantográfica en colectivos, unas 15 agencias de publicidad están incursionando en este incipiente negocio. Sin embargo, en estos casos las empresas ofrecen a los anunciantes una opción más económica para publicitar. Son los carteles de 3 metros de largo por uno de ancho que en su mayoría van atornillados a la carrocería de las unidades. Por ellos, el anunciante paga una cuota mensual de entre 500 y 600 pesos, de los que la línea de transporte recibe entre 80 y 90. Como el costo de producción e instalación se acerca a los 750 pesos, los contratos para publicitar nunca son inferiores a los tres meses.

En la actualidad, 600 son los colectivos que vende publicidad por esta vía. "Poxilina", "La Salteña", "Lotería Nacional", "Sega Channel", "Acytra" y "La Caja" son algunas de las marcas que adornan los micros en sus laterales y la cuneta. Caso aparte es el de la línea 181. Con los carteles de una fábrica de sandwichs de miga y aspirinas "Benitol", que gestiona sus propios avisos en forma directa con el anunciante evitando la intermediación de la agencia de publicidad.



La producción de frutas y hortalizas es un clásico en materia de desencuentros entre los integrantes de una cadena productiva. Mi primer recuerdo de mi abuelo, que tenía una pequeña finca en San Rafael (Mendoza), son sus insultos hacia la envasadora de durazno, que le metía la mula con el descarte y le pagaba cuando quería y sin actualización.

Un sector de producción de artículos perecederos está sometido a una tensión especial, a causa de que si la venta se demora, se puede perder todo, por el simple paso del tiempo. En esa puja de poder, quien tiene el control de la situación es el comprador mayorista, sea una industria o un puesto en un mercado concentrador, porque opera sobre la ansiedad de quien acaba de cosechar y no puede guardar la mercadería.

Montados en esa poderosa palanca, grandes puesteros del viejo Mercado de Abasto se quedaron hace cuarenta años con las mejores chacras de manzana y de pera del valle de Río Negro y se convirtieron en los principales exportadores de fruta del país, primero desde Bahía Blanca y luego desde San Antonio Oeste.

Con la cultura del pez grande que come al chico, construyeron su rentabilidad en épocas de inflación, pagando en valores nominales a lo largo de todo el año a los chacareros. Se generó así una ganancia tan grande que hasta toleró negociar la fruta exportada en condiciones de debilidad respecto del rematador o concesionario de Hamburgo o de Rotterdam. Así, se apretó tanto a los proveedores que se causó el abandono de miles de hectáreas de plantaciones, a las que los nuevos dueños de la región creyeron posible reemplazar con plantaciones propias financiadas con créditos oficiales baratos.

Pero llegó la estabilidad. Se acabó la posibilidad de financiarse exprimiendo a los chacareros. Se hizo visible la otra relación de poder, antes disimulada: la dependencia del comprador extranjero. Casi todos los otrora poderosos han caído en falencia o han vendido. Hoy el sector tiene presencia alemana, americana y chilena creciente. En muchos casos, la fruta va directamente a supermercados europeos o americanos. Las utilidades, sin embargo, no quedan en la región y cualquier pronóstico diría que si nada cambia continuará un fuerte proceso de concentración.

De nada vale llorar sobre la leche derramada, insistiendo en que si los empacadores se hubieran dedicado a construir una marca única de exportación y a ordenar equitativamente la relación con los chacareros –como hicieron nuestros competidores australianos, neocelandeses y sudafricanos– hoy la región sería enormemente más rica. ¿Qué hacer hoy?

Es necesario aplicar una batería de medidas que estimulen la reinserción del pequeño y mediano chacarero. Para eso hay que darle toda la claridad posible a su negocio. Debe tener disponible un modelo de alta productividad (más de 45.000 kg de manzana/hectárea) y financiación acorde. Debe establecerse un modelo de contrato de provisión plurianual a las empacadoras, fijando el precio como un porcentaje del precio en góndola europea. Debe apoyarse de modo efectivo –técnica y financieramente– todo agrupamiento de productores para vender en el mercado interno o externo fruta fresca o industrializada. La política del pez grande ya se aplicó. Y en ella se descubrió que había un pez aún más grande fuera del país. Ahora hay que convivir con él y frenar el festín.

FINANZAS

El Buen Inversor

MIEDO AL 4 DE FEBRERO

Ese día, hace tres años, la FED decidió subir la tasa de interés de corto plazo, desencadenando una caída de las cotizaciones, que se profundizó unos meses después con la crisis mexicana. La banca central estadounidense se volverá a reunir, como lo hace cada dos meses, el próximo 4 de febrero para decidir qué hacer con la tasa. La mayoría piensa que no habrá cambios, pero ¿si los hay?

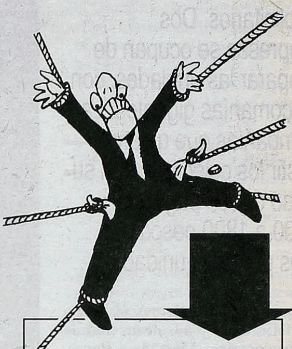
(Por Alfredo Zaiat) Hace casi tres años, el 4 de febrero, la Reserva Federal empezó una veloz carrera de ajustar para arriba la tasa de interés de corto plazo. A partir de esa decisión de política monetaria, la banca central estadounidense frenó la fiesta de los mercados emergentes de la región, al desalentar a los capitales especulativos a buscar rentas atractivas en plazas exóticas. Pocos meses después, la crisis mexicana terminó por pinchar la burbuja, sumergiendo el negocio bursátil en una profunda depresión. Tuvieron que pasar muchos meses y un cambio en el rumbo de la tasa, dispuesto por la FED, para que la actividad accionaria volviera a repuntar. Pero ahora el fantasma de un nuevo viraje en la tendencia de la tasa mantiene en alerta a los financistas.

A principios de febrero, exactamente el 4 de febrero, el Comité de Mercado Abierto de la Reserva Federal volverá a reunirse –como lo hace cada dos meses– para evaluar si el peligro inflacionario sobre la economía estadounidense es inminente para justificar una suba de la tasa. Si bien la mayoría de los gurúes de Wall Street asegura que no habrá cambios, Alan Greenspan –titular de la FED– ya los dejó descolocados en más de una oportunidad durante el último año. Todo parece indicar que la tasa de corto se mantendrá en su actual nivel (5,25 por ciento anual).

Pero ante cualquier indicador que muestre un supuesto recalentamiento de la economía, los corredores se ponen nerviosos. Venden acciones, derrumbando el Dow Jones, y la tasa de largo (la de los bonos del Tesoro estadounidense a treinta años) describe un brusco salto. Cuando se tranquilizan, y observan que otros índices no reflejan tanta fortaleza de la economía, las cotizaciones se recuperan. Y el mercado continúa inflando una burbuja, que está creciendo tanto que Greenspan ha considerado que ya es "exagerada".

Esa historia bursátil de Wall Street se traslada a la plaza local. Los operadores han quedado atrapados en una dinámica que los tiene como simples actores pasivos de su propio negocio. No definen tendencias ni marcan el ritmo de la actividad en la rueda. Los papeles suben o bajan siguiendo la evolución del Dow o de la tasa de largo. Los únicos inversores locales que, obligatoriamente, se mueven con cierta independencia de lo que sucede en los mercados externos son las AFJP. Estas no tienen otra alternativa que comprar acciones y bonos con el dinero que recaudan mensualmente de los trabajadores que eligieron el sistema privado de jubilación. Pueden esperar un par de días, e incluso pueden destinar parte de los fondos a otras colocaciones, pero el grueso del dinero lo tienen que canalizar a esos activos de riesgo.

Con esa estrategia de inversión, las AFJP son, precisamente, los únicos operadores que podrán disminuir en el mediano plazo la actual dependencia del mercado local con la meca bursátil. Ya acumulan en sus carteras poco más de 5500 millones de pesos, fondos que duplicarán a fin de este año. Mientras tanto, la Bolsa argentina seguirá bailando al ritmo de Wall Street.



TASAS

	VIERNES 27/12 en $	VIERNES 27/12 en u$s	VIERNES 3/1 en $	VIERNES 3/1 en u$s
	% anual		% anual	
Plazo Fijo a 30 días	7,3	6,0	7,2	5,9
60 días	8,4	6,5	8,2	6,6
Caja de Ahorro	3,5	2,6	3,5	2,6
Call Money	6,5	6,0	7,5	6,5

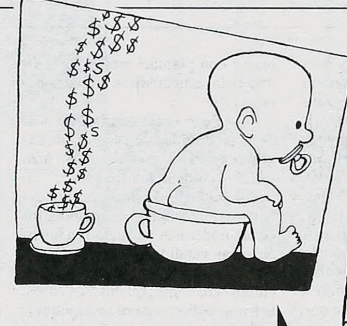
NOTA: Todos los valores son promedios de mercado y para los plazos fijos se toma la tasa que reciben los pequeños y medianos ahorristas.

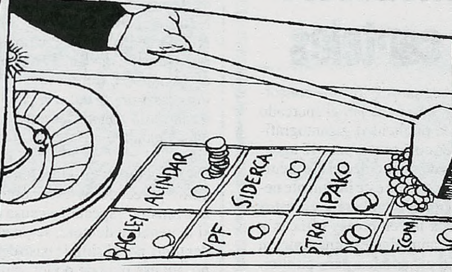
INFLACION
(en porcentaje)

Enero 1996	0,3
Febrero	-0,3
Marzo	-0,5
Abril	0,0
Mayo	-0,1
Junio	0,0
Julio	0,5
Agosto	-0,2
Septiembre	0,2
Octubre	0,5
Noviembre	-0,2
Diciembre	-0,3
Enero 1997 (*)	0,2

(*) Estimada

Inflación acumulada 1996: 0,1 %.





LOS PESOS Y LAS RESERVAS DE LA ECONOMIA
(en millones)

	en $
Cir. monet. al 30/12	14.030
Depósitos al 20/12	
Cuenta Corriente	7.785
Caja de Ahorro	6.189
Plazo Fijo	8.683
	en u$s
Reservas al 30/12	
Oro y dólares	19.745
Títulos Públicos	1.793

Nota: La circulación monetaria es el dinero que está en poder del público y en los bancos. Los montos de los depósitos son una muestra realizada por el BCRA. Las reservas están contabilizadas a valor de mercado.



DOLAR
(cotización en casas de cambio)

Viernes ant.	1,0015
Lunes	1,0015
Martes	1,0015
Miércoles *	
Jueves	1,0015
Viernes	1,0015
Variación en %	–

* Feriado

ACCIONES

	PRECIO (en pesos) Viernes 27/12	PRECIO (en pesos) Viernes 3/01	VARIACION (en porcentaje) Semanal	VARIACION (en porcentaje) Mensual	VARIACION (en porcentaje) Anual
Acindar	1,451	1,430	-1,5	2,1	2,1
Alpargatas	0,865	0,850	-1,7	-1,2	-1,2
Astra	1,915	1,935	1,0	1,3	1,3
C.Costanera	3,060	3,030	-1,0	-1,0	-1,0
Central Puerto	2,850	2,800	-1,8	-1,8	-1,8
Ciadea (Ex Renault)	4,690	4,880	4,1	2,7	2,7
Comercial del Plata	2,580	2,530	-1,9	-1,2	-1,2
Siderca	1,795	1,840	2,5	0,8	0,8
Banco Francés	9,450	9,280	-1,8	-0,8	-0,8
Banco Galicia	6,100	6,050	-0,8	0,7	0,7
Indupa	1,170	1,175	0,4	2,2	2,2
Irsa	3,200	3,180	-0,6	-0,9	-0,9
Molinos	3,560	3,650	2,5	2,5	2,5
Pérez Companc	7,100	7,040	-0,8	0,1	0,1
Sevel	2,500	2,530	1,2	0,4	0,4
Telefónica	2,640	2,610	-1,1	-0,4	-0,4
Telecom *	4,080	4,000	2,8	-2,9	-2,9
T. de Gas del Sur	2,460	2,475	0,6	0,6	0,6
YPF	25,100	25,000	-0,4	-1,0	-1,0
INDICE MERVAL	650,230	651,830	0,2	0,4	0,4
PROMEDIO BURSATIL	-	-	**-0,3**	**-0,4**	**-0,4**



ME JUEGO

CLAUDIO MAULHARDT
Co-jefe del Departamento de Research del BANCO REPUBLICA

–¿Cuál es la perspectiva del mercado bursátil para este año?

–En principio, soy optimista. Más para las acciones que para los bonos. La evolución de los títulos públicos está ligada a la performance fiscal y a acontecimientos externos, como el movimiento de la tasa de interés internacional o a la situación económica en Brasil. Además, los bonos registraron un comportamiento muy sólido en 1996, lo que les deja poco margen para seguir subiendo. En cambio, el panorama accionario es más alentador. Pienso que las empresas que conforman el índice líder MerVal pueden ofrecer un retorno promedio del 15 por ciento. En ese sentido, vale destacar que la relación precio/utilidad de ese lote de papeles es de 13 años, lo que significa una valuación relativamente atractiva.

–¿Qué tema le preocupa?

–El político. Ese es el tema principal a seguir de cerca durante este año. La difusión del resultado de encuestas y la intensidad de la lucha preelectoral influirán en el ritmo de los negocios.

–¿Y a nivel económico?

–En ese frente soy bastante optimista. Espero un crecimiento del Producto Bruto Interno del 4,5 al 5,0 por ciento en el año. Con un crecimiento más fuerte en el rubro inversión y exportaciones. También habrá una recuperación del consumo, aunque su tasa de crecimiento se ubicará por debajo de la variación del producto.

–¿Tiene miedo a un shock externo?

–No del lado de Brasil o de México. Un shock preocupante sería una suba de la tasa de interés internacional. Y existe ese riesgo si se confirman indicadores de crecimiento en Estados Unidos, en Japón y en Europa. De todos modos, no veo señales claras para que se produzca una suba de la tasa.

–¿Usted piensa, entonces, que la tasa de corto plazo se mantendrá en los actuales niveles?

–No creo que se produzcan cambios en febrero, cuando se reunirá el Comité de Mercado Abierto de la FED (banca central estadounidense).

–¿Qué acciones le gustan?

–Recomiendo Telefónica y Telecom. También YPF. Y además algunas empresas chicas, como Fiplasto. No creo que el mercado esté sobrevalorado. Entonces, existen muchas empresas con perspectivas interesantes para el largo plazo, como Siderca y Algargatas.

–¿Cuál será la mejor inversión de 1997?

–Las acciones. Siempre y cuando se confirmen los pronósticos optimistas a nivel económico. Hay que tener en cuenta que la tenencia de acciones en poder de las AFJP es todavía relativamente baja. Y esos inversores acumulan dinero muy rápido. Cada vez es más evidente cuando intervienen en el mercado impulsando los precios hacia arriba.

TITULOS PUBLICOS

	PRECIO		VARIACION (en porcentaje)		
	Viernes 27/12	Viernes 3/01	Semanal	Mensual	Anual
Bocon I en pesos	118,250	118,000	-0,2	-0,4	-0,4
Bocon I en dólares	123,600	123,600	0,0	0,1	0,1
Bocon II en pesos	91,250	91,250	0,0	-0,3	-0,3
Bocon II en dólares	107,550	106,700	-0,8	-0,7	-0,7
Bónex en dólares					
Serie 1987	99,600	99,600	0,0	0,0	0,0
Serie 1989	97,200	97,650	0,5	0,5	0,5
Brady en dólares					
Descuento	77,250	77,125	-0,2	-0,8	-0,8
Par	64,375	62,750	-2,5	-2,0	-2,0
FRB	87,625	87,000	-0,7	-1,0	-1,0

Los precios son por la lámina al 100 por ciento de su valor sin descontar las amortizaciones y rentas devengadas.

AGRO

UN CAMPO DE INVERSIONES

La valorización de los granos y un mejor panorama para la ganadería impulsó una trepada en los precios de la tierra. Inversores locales y extranjeros fijan sus ojos en explotaciones próximas al Gran Buenos Aires. El boom produjo una transformación en el negocio agropecuario.

(Por Pablo Ferreira) El explosivo aumento de precios experimentado por los granos y un panorama más optimista para la ganadería hicieron trepar el valor de los mejores campos un 50 por ciento durante el último año. Por otra parte, la construcción de nuevas autopistas cuadruplicó el costo de la tierra en zonas como Luján, Pilar y General Las Heras (ver aparte). Las buenas perspectivas del mercado, que ya recuperó el nivel de operaciones pre-tequila, se mantendrán en caso de persistir los vientos favorables que recorren el negocio agropecuario.

Los ganadores del '96 fueron los campos agrícolas cuyo precio por hectárea creció de 2500 a 3750 dólares en las tierras de primera, una performance que se repitió en los campos de invernada. En tanto, las áreas para cría fueron la cenicienta del año, aunque prometen en revancha transformarse –junto al resto de los campos ganaderos– en la mejor alternativa de inversión futura.

Una de las inmobiliarias más tradicionales del sector, Bullrich Propiedades, revela un muy significativo crecimiento de sus operaciones durante 1996. Pese a negar que se trate de un boom, llegaron a duplicar las ventas del '95 y, como si fuera poco, esperan aumentarlas otro 50 por ciento este año. De resultar acertados los pronósticos, 1997 se ubicará entre las tres mejores temporadas de la firma en la última década.

"La demanda fue impulsada por los agricultores exitosos –destacó Sebastián Bullrich, uno de los titulares de la empresa– y por nuevos inversores que apuntan al campo como negocio de largo plazo." Entre estos últimos sobresale Cresud, la empresa del millonario George Soros que ya se ranquea como uno de los más poderosos terratenientes del país. Pero además aparecieron dos vertientes novedosas: una de capitales chilenos, y la otra, más llamativa, de norteamericanos, que parecen dispuestos a revertir su hasta hace poco escasa apuesta a la Argentina. El agresivo Exxel Group, que entre sus últimas adquisiciones se alzó con la cadena de supermercados Norte, es uno de los que estaría en estudiando su debut.

La tendencia de la demanda muestra que las decisiones de inversión en este mercado –como en el resto de la economía– se orientan a la producción, en desmedro de los antes habituales movimientos especulativos: las presas favoritas de los compradores son ahora las explotaciones en funcionamiento.

En los antípodas se ubican las economías locales y los campos marginales, como los extensivos para cría en las provincias de La Pampa o Santiago del Estero, "muy difíciles de vender", según el operador consultado. En cambio, "donde las economías regionales tuvieron alzas de precios, como el algodón –duplicó su cotización en 1995, aunque ahora ha retrocedido–, los campos siguieron la misma la curva de valorización", puntualizó.

La inédita suba en la cotización de los cereales –el trigo y maíz subieron el ciento por ciento en 1995–, tras paralizar el mercado a comienzos del año pasado, no sólo hizo trepar los precios de los campos agrícolas, sino que además duplicó el de los alquileres. La euforia terminó desplazando la frontera cerealera a zonas tradicionales de cría, obligando al éxodo de los criadores.

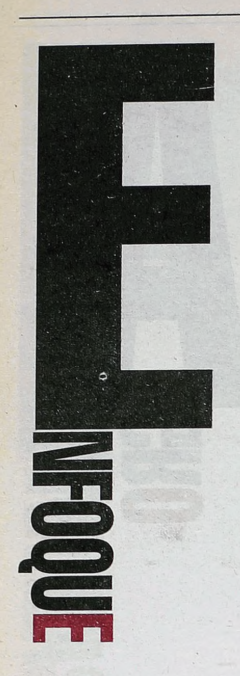
No obstante, Bullrich no dudó en recomendar que "si hay que apostar en qué invertir, hoy la elección es el campo ganadero". Su consejo se basa en la convencimiento de que la ganadería, liberada de la aftosa, tendría que empezar a repuntar por vía de las exportaciones, y que el kilo de novillo aumentará como mínimo de 0,80 a 1 peso, determinando una importante revalorización de todos los campos ganaderos. Mencionó, al respecto, que "hay interés de grupos de inversores por comprar campos para cría en gran escala, de 5000 vacas para arriba –unas 10.000 hectáreas–, por ejemplo en la cuenca del Salado". "Los parámetros para tener un buen desarrollo del campo están dados", aseguró Sebastián Bullrich. "No juegan en contra los stocks de granos en el mundo; las retenciones y el GATT hoy ya no son un problema, y hay buenas perspectivas ganaderas, por lo cual –resumió el operador– a medida que pase el tiempo los precios del campo van a seguir subiendo."

Por autopista es más cerca

(Por P.F.) Luján, Pilar y General Las Heras vieron multiplicarse más de cuatro veces los precios de sus campos desde los últimos meses de 1995. La tierra pasó de valuarse por hectárea a cotizarse por metro cuadrado. El fenómeno relacionado con la construcción de nuevas autopistas, fue –según Sebastián Bullrich, de la inmobiliaria homónima– el hecho más destacado de 1996, consolidando un mercado hasta entonces inexistente en la zona.

La novedosa veta de grandes operaciones sobre propiedades rurales "en zonas que para nosotros era simplemente campo" –explicó el operador– estalla con la venta, durante el segundo semestre del '95, del campo experimental de la Sociedad Rural en Del Viso. Las 300 hectáreas quedaron en manos de un grupo de 20 inversores chilenos agrupados por el Citibank trasandino. Desde ese momento, "en una extensa área que comprende Luján, Manzanares, Pilar y General Las Heras, se convirtieron los precios de hectáreas a metros", dijo Bullrich. Campos de Luján, por ejemplo, cuyo precio por hectárea rondaba los 4.500 pesos, pasaron a valer 2 pesos por metro, es decir, 20.000 pesos la hectárea.

La reciente brecha inmobiliaria pasó a ser muy aprovechada por operadores locales y chilenos, que pusieron la mira en diversos proyectos de barrios cerrados y conjuntos habitacionales. De yapa, la frontera del Gran Buenos Aires quedó virtualmente extendida, según señaló Bullrich, a un radio de 80 kilómetros en torno de la Capital Federal.



*(Por Claudio Lozano *)* Suponiendo que se mantengan las tendencias favorables en los mercados financieros externos y que la crisis social ligada al desempleo no produzca novedades políticas de relevancia, el grueso de los analistas coincidimos en los lineamientos básicos que caracterizarían a 1997. Así, el nuevo año exhibiría una tasa positiva de crecimiento acompañada de bajas tasas de inflación e impactos negativos en términos de empleo y salarios sobre el mercado laboral. Dicho comportamiento sería expresión de una recuperación económica sostenida en el financiamiento externo, que centraría su dinamismo en el comportamiento de las exportaciones y la inversión y donde el aumento del consumo apenas superaría el crecimiento vegetativo de la población.

Más allá de esta coincidencia básica parecería conveniente ubicar las tendencias expuestas para 1997 en una consideración más global respecto del futuro que el presente modelo le depara a la sociedad argentina.

Una publicación reciente del Ministerio de Economía brinda información sobre las perspectivas de la inversión extranjera directa (IED) en nuestro país para el período 1994-2003.

De la misma surge que en sólo cinco sectores se concentra el 80 por ciento de la IED. Son estos: telecomunicaciones, automotor, petroquímica, alimentos y energía. Con la sola excepción del rubro alimentario donde pesan las ventajas comparativas innegables de nuestro país, en los restantes sectores (por diferentes razones) puede concluirse que el momento del "boom inversor" ya pasó y que las perspectivas en materia de inversión para los próximos años exhiben tendencias decrecientes. Esto se ratifica al observar que del total de la IED considerada para el período (24.689,2 millones de dólares), el 76 por ciento se ejecuta en los primeros dos años (1994-1996) y apenas u$s 5.800 millones esperan concreción en el período 1997-2003.

Si bien estamos considerando una sola variable (IED), la importancia estratégica que la misma adopta en el dispositivo actual de política económica permite transformarla en un indicador efectivo para la observación de los sectores dinámicos que el presente modelo propone. Sólo restaría agregar al listado expuesto la importancia del sector siderúrgico y la potencialidad que parecen evidenciar hoy la minería y el sector forestal. No obstante, la incorporación de estos sectores no modifica la conclusión principal: *"Estamos en presencia de un patrón de crecimiento económico centrado en muy pocos sectores dinámicos y donde gran parte de los mismos ya vivieron el momento de mayor bonanza inversora"*. La consecuencia es simple: *"Bajo estas condiciones difícilmente la economía argentina pueda sostener en el tiempo tasas importantes de crecimiento económico"*.

Lo expuesto coincide con los datos más globales sobre el comportamiento de la cúpula empresarial local. Estos indican que *cerca del 70 por ciento de los beneficios obtenidos por las principales firmas del país provienen de actividades ligadas a la explotación de recursos naturales y del sector servicios.* Confirman a su vez la escasa relevancia del sector industrial en el esquema económico local.

Los aspectos señalados son consecuencia del tipo de especialización que, luego de los últimos años y en base a las transformaciones vividas, exhibe nuestra economía. Especialización que se refleja en las características y limitaciones que muestra el sector exportador argentino. Sector éste que constituye el motor de la salida económica que comenzó a evidenciarse a partir del segundo trimestre de 1996 y que según los pronósticos podría consolidarse en 1997. Los rasgos básicos de este núcleo exportador son los siguientes: a) se encuentra fuertemente concentrado en un número reducido de firmas; b) más del 70 por ciento de las exportaciones argentinas observan un marcado sesgo primario (agro, energía y manufacturas de origen agropecuario) con débil impacto en términos de generación de empleo; c) las exportaciones industriales son dominantemente capital-intensivas y, por ende, tampoco generan de manera directa demasiada ocupación; d) el proceso de apertura económica profundizó la sustitución de proveedores locales por oferentes extranjeros. Por ende, las firmas exportadoras canalizan su dinamismo hacia el exterior y no hacia el conjunto económico local. Tenemos así dos economías, una que funciona y otra que permanece estancada. Esto debilita el impacto (en términos de generación de empleo indirecto) del dinamismo exportador; e) la concentración de las exportaciones en sólo tres provincias supone, a su vez, el desplazamiento de las economías regionales. Así, el 83 por ciento de las MOA salen de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba, con el 86 por ciento de las MOI ocurre lo mismo e idéntico comportamiento exhibe el 66 por ciento de los recursos primarios que se exportan.

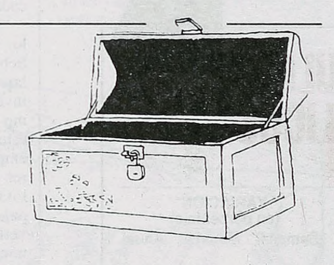
Las notorias dificultades que un paradigma productivo como el expuesto tiene para resolver la dramática situación social que atraviesa la Argentina, adquieren expresión concreta al proyectar hacia el futuro la tasa de desempleo. Bajo las condiciones hoy vigentes, nuestro país (aun creciendo) no logra generar puestos de trabajo suficientes como para absorber la cantidad de gente que se incorpora anualmente al mercado laboral. Por ende, no pueden esperarse reducciones significativas en las tasas de desempleo e incluso, de no registrarse altas tasas de crecimiento económico, la desocupación podría alcanzar niveles superiores a los actuales.

Las dificultades que impone un crecimiento del PBI centrado en la exportación de productos primarios en un mundo signado por el cambio tecnológico, la elevada dependencia de un flujo positivo de financiamiento externo, la postergación de vastas regiones de nuestro país y la fractura social que supone una desocupación estructural no menor al 15 por ciento, constituyen advertencias de magnitud insoslayable sobre el conjunto de la oposición política y social de nuestro país.

Reclaman que la sociedad argentina sea capaz de producir, en el año que se inicia, novedades políticas de importancia. Novedades que alteren los supuestos en los que descansa la mayoría de las predicciones económicas. Transformar la crisis social y los límites que este modelo le plantea al desarrollo argentino en el debate principal de 1997, es condición para que en las próximas elecciones pueda abrirse un nuevo espacio institucional que permita comenzar a rectificar el rumbo en vigencia.

** Director IDEP/CTA.*

EL BAUL DE MANUEL



Por M. Fernández López

Art. 75, Inc. 17, Constitución Nacional

"Reconocer la preexistencia étnica y cultural de los pueblos indígenas argentinos. Garantizar el respeto a su identidad y el derecho a una educación bilingüe e intercultural; reconocer la personería jurídica de sus comunidades, y la posesión y propiedad comunitarias de las tierras que tradicionalmente ocupan; y regular la entrega de otras aptas y suficientes para el desarrollo humano; ninguna de ellas será enajenable, transmisible ni susceptible de gravámenes o embargos."

La tierra es el hábitat del aborigen: su alimento, casa y cultura. No la posee; *vive* en ella. El conquistador llega a esa tierra y su primer acto es tomar posesión de ella, para sí y su descendencia. El aborigen, y no él, es un intruso y se lo echa a los márgenes; la selva, al descampado. Cuando el capitalismo industrial pide alimentos, y por tanto tierras nuevas, es necesario conquistar también el interior. Lo que el Remington hace en la piel del aborigen, lo hipostasia antes el intelectual, con la idea de *desierto*, que niega al aborigen y es funcional al desarrollo capitalista: el sistema pide derechos de propiedad sobre tierra libre. Al conquistar el *desierto*, la vida aborigen cuenta menos que la tierra que pisa: segar su vida es desmalezar la tierra, desarraigarlo es trasplantar vegetales. A más de un siglo de la hazaña de Roca, cuando los títulos de propiedad del conquistador están firmes y apenas sobreviven puñados de aborígenes, resolvemos dar a los indígenas "posesión y propiedad" de las tierras que ocupan, acaso con el oculto deseo de que nadie se presente. Pero sí. En Salta, en Neuquén, se presentan aborígenes a reclamar su derecho, ahora constitucional. Pero los encargados de cumplir la reivindicación son los herederos o compradores de esas tierras, arrebatadas a sangre y fuego al aborigen. En esta sociedad globalizada, ¿a qué gobernador no le viene bien un dólar más? Se le plantea el dilema de cumplir la Constitución –restituir el derecho al aborigen– o dar en concesión al capital internacional tierras ricas y de impar belleza: la vida o la bolsa. Neuquén dio el primer paso, desalojando a 2000 mapuches y encarcelando a cuatro caciques, luego liberados bajo compromiso de no exigir el cumplimiento de lo que la Constitución manda en cuanto a tierras indígenas. La historia continúa, y según siga sabremos si somos capaces de reconocer y respetar al otro, o si todo es cartón pintado.

Enrique Silberstein

"En la Argentina no han existido ni existen economistas clásicos, que hayan llegado a la esencia de la cuestión y que hayan dejado huellas profundas de su pensamiento en la teoría económica. Son economistas vulgares, no sólo porque no han creado ni aportado nada a la teoría económica en general, sino porque en ningún momento se han hecho presentes en la realidad nacional. Las constantes económica, teóricas y prácticas,hacen que el país se desenvuelva como exportador de productos primarios y como importador de artículos manufacturados y de ideas. Ese factor económico constante: precios altos y costos bajos, es típico de una mentalidad empresaria subdesarrollada." Son pensamientos de Enrique Silberstein, nacido un 5 de enero, hace 77 años. Hay economistas-franela y economistas-tábano. Enrique fue, sin duda, de los segundos. Vivenció el país: hizo la primaria y secundaria en Rosario, terminó la universitaria en La Plata; enseñó economía en Bahía Blanca. Pero era porteño, más precisamente, vecino de Corrientes y Paraná, sitio que le inspiró *Cuentos en Corrientes y Paraná*. En un café escribía sus obras de teatro –como *Necesito 10.000 pesos*, premiada– que subían a escena en el Teatro de los Independientes. Colaboró en la UBA de Risieri Frondizi, en aquella "edad de oro", como prosecretario general y asesor económico del rectorado, y participó en la fundación de Eudeba. El onganiato destruyó aquella universidad, y si vale la reflexión de la Universidad de Stanford sobre Paul Baran ("el volumen de producción de un pensador sólo mide la extensión de su neurosis"), mucha habrá sido su bronca, porque la mayoría de sus obras vieron la luz en 1967: *Keynes, Los economistas, Charlas Económicas* y su traducción de *Análisis Económico* de John F. Due, en la que participé como revisor técnico. Durante casi dos años, diariamente, publicó la sección "Charlas económicas" en el diario *El Mundo*, de las que recopiló 181 (un cuarto del total). Este *Baúl*, si no su contenido, inspiró su formato en las *Charlas* de Silberstein, según la idea que Jorge Gaggero nos transmitió en diciembre de 1990. Hoy celebramos seis años, y aún no igualamos lo que Silberstein produjo en menos de dos. Algunos dicen que falleció, pero se nos hace que está oculto, como duende del hogar, buscando pasar desapercibido y sonriendo al ver que alguna de sus radiografías económicas sigue vigente.

BANCO DE DATOS

PEREZ COMPANC

Para que la fecha de cierre de su balance coincida con la de sus controladas, Pérez Companc cerrará un ejercicio irregular de cuatro meses, de setiembre a diciembre de 1996. Esta medida está motivada por la decisión del grupo de cotizar sus papeles, a partir de marzo, en la Bolsa de Nueva York. Tras ese objetivo, Pérez presentó el jueves su balance trimestral –de setiembre a noviembre–, con una ganancia de 74,1 millones de pesos. Esa utilidad fue del 22,8 por ciento superior a la registrada en igual período de 1995, cuando contabilizó un saldo positivo de 60,3 millones de pesos. Las ventas consolidadas en esos meses alcanzaron los 401,1 millones de pesos, un 8 por ciento superior al mismo período del ejercicio anterior. En un año, Pérez Companc incrementó su patrimonio en 18 por ciento, al totalizar 1711 millones de pesos. El grupo petrolero está ampliando sus negocios a otros países de la región. En esa línea, en Venezuela, en ese trimestre, incrementó los volúmenes de petróleo vendidos en casi un 30 por ciento. En tanto, en Perú invirtió 200 millones de pesos para obtener los derechos de producción en una área petrolera.

FAPLAC

Esta compañía que se dedica a la fabricación de tableros de madera aglomerada y de laminados plásticos decorativos es controlada por la multinacional Louis Dreyfus. Hace dos meses, la Comisión Nacional de Valores le autorizó una suscripción de acciones por un total de poco más de 25 millones de pesos, fondos que le permitirán a la compañía capitalizar los aportes irrevocables ya ingresados por Dreyfus. Faplac se constituyó en 1960, al unirse dos grupos internacionales (Unión NASIC, dedicado a la industria de la madera maciza y representado localmente por Intercontinental Cía Maderera) y Louis Dreyfus. En 1971, Dreyfus adquiere el control de la empresa, y siete años después comienza a administrar dos empresas del ex Banco de Italia: IPPSA (productora de laminados plásticos decorativos) y Eucaliptus (fábrica de aglomerados). En 1987, el Grupo Dreyfus adquiere Hierromat, empresa dedicada a la comercialización de materiales para la construcción. Con plantas en el Tigre, en Pacheco y en Calchaquí, Santa Fe, Faplac lidera el negocio de los tableros de madera aglomerada, siendo sus competidores Masisa (controlada por un grupo chileno) y Cuyos Placas, que tienen una participación del 30 y 14 por ciento, respectivamente.

MERCK

El grupo farmacéutico alemán Merck KGaA, a través de su subsidiaria en Argentina (Merck Química) adquirió el paquete accionario de Volpino. Este grupo farmacéutico argentino tuvo un volumen de negocios de unos 13 millones de dólares en 1995. Por su parte, Merck Química facturó el año pasado 28 millones de dólares.